

索菲亚家居股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：20191216

<p><b>投资者关系活动类别</b></p>	<p><input type="checkbox"/>特定对象调研                      <input type="checkbox"/>分析师会议  <input type="checkbox"/>媒体采访                              <input type="checkbox"/>业绩说明会  <input type="checkbox"/>新闻发布会                           <input type="checkbox"/>路演活动  <input type="checkbox"/>现场参观  <input checked="" type="checkbox"/>其他</p>
<p><b>参与单位名称及人员姓名</b></p>	<p>中金公司-电话交流会</p>
<p><b>时间</b></p>	<p>2019年12月16日下午16:00</p>
<p><b>地点</b></p>	<p>公司会议室</p>
<p><b>上市公司接待人员姓名</b></p>	<p>董事会秘书</p>
<p><b>投资者关系活动主要内容介绍</b></p>	<p><b>情况介绍：</b></p> <p>公司董事会秘书简要介绍了公司的情况：公司今年做了全面的部署。渠道方面会有拓展，继续推进整装渠道；产品方面也在不断地丰富，康纯板、轻奢系列产品也都在引领市场，明年也会有更多的产品出来；在新品方面，我们的价格也是很有竞争力的。</p> <p><b>问答环节：</b></p> <p><b>1、整装渠道如何布局？</b></p> <p>回复：今年开始加强与整装公司的合作，明年会更加积极主动地推进。</p> <p><b>2、对价格战怎么看？</b></p> <p>回复：不存在价格战情况。我们有一些产品做引流，新品毛利也比较高，产品丰富程度、方案设计也在不断优化，导购、设计师做大单的能力逐步提升。</p> <p><b>3、明年新的战略举措？</b></p> <p>回复：我们的战略是非常清晰的，大家居方向是明确的，战术会有调整。大方向上，家居建材城渠道还会再继续拓展，线上渠道、整</p>

装渠道、设计师渠道等明年的目标定得不会太高，因为在前期产品、服务、设计需要一个培育过程，会针对不同的渠道推出不同的产品。

#### 4、经销商今年毛利情况如何？

回复：19年康纯板、轻奢系列推出，康纯板占比上升，现在还是导入期，所以厂家还在补贴，经销商的提货价格反而不高，所以经销商的毛利得到了提升

#### 5、渠道扩张未来的计划？

回复：现有渠道的运营，不同级别城市的运营差别很大，这一块可以不断优化，空间是非常大的。早年我们对经销商的管理不够精细化，后面会逐步优化，经销商提升的空间非常大。

#### 6、明年费用率的情况？

回复：今年公司的费用率控制的较好，明年的费用增长幅度和今年差不多。

#### 7、BTB业务的特点？

回复：毛利低、账期长，从风险的角度，我们会挑选项目。这个渠道占比不会很大。今年有一半是自营，一半是经销商做的。

#### 8、电商渠道的获客引流成本？

回复：12年开始经营天猫，目前整个电商的团队有几百人，团队经验丰富，运行模式更加成熟。我们做电商渠道的成本都是自己承担，所以成本控制比较严格，我们希望用最低成本做最高的转化。

#### 9、传统门店客流量下滑下降的原因？

回复：传统门店客流量下滑是一个趋势，现在消费者的购买习惯在发生变化，很多消费者会先在线上搜索，与自然客流下降和购买习惯变化都有关。

#### 10、电商哪些产品引流效果比较好？

回复：电商产品差别不大，会主推现代款系列产品进入年轻人市场，我们主要是在渠道引流，在选品推送、人员标签等都有自己的见解。

#### 11、工程渠道以直营为主？

回复：直营和经销两个部分都有。

日期

2019年12月16日